

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Masyarakat dan budaya merupakan dua aspek yang tidak dapat terpisahkan. Dalam arti bahwa setiap kelompok masyarakat entah itu masyarakat yang bersifat tradisional maupun modern pasti memiliki suatu budaya yang tidak dapat dilepaskan dari masyarakat pendukungnya. Karena budaya itu melekat pada individu-individu dalam suatu komunitas yang diwujudkan dalam bentuk nilai-nilai, sikap, kepercayaan, norma, hukum dan sistem perilaku serta hasil-hasil karya. Kebudayaan sebagai identitas komunitas bukan hanya dipahami sebagai pembeda dengan komunitas lain, melainkan sebagai suatu hal yang dapat digunakan untuk mengenal kehidupan komunitas, cara-cara komunitas menyusun pengetahuan, menampilkan perasaan, dan cara mereka bertindak. masyarakat pemiliknya maupun oleh masyarakat global (Basri, 2014, hlm.3).

Fenomena yang terjadi saat ini pada kebudayaan di Indonesia adalah peleburan budaya lokal yang dikendarai oleh kapitalisme yang berkaitan dengan ekonomi, kekuatan budaya dominan, kekuatan ideologi-ideologi dunia yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Terkait dengan fenomena globalisasi, gejala praktik kapitalisme mulai nampak dengan munculnya industri budaya yang mengacu kepada komodifikasi bentuk-bentuk budaya, sebagai industri hiburan (Basri, 2014, hlm.36) .

Greenwood (1977, hlm.129) menyebutkan bahwa komodifikasi ini memiliki dampak positif dan negatif, di satu sisi para ahli menyatakan bahwa komodifikasi berarti persembahan budaya untuk praktik uang, di sisi lain dapat meningkatkan pendapatan bagi daerah yang dijadikan komoditas. Banyak tradisi kebudayaan dan kesenian yang mengalami komersialisasi seni akibat tuntutan pasar yang berorientasi pada ideologi kapitalisme dimana ikon, tanda, barang serta indeks dijadikan sebagai modal produk sebuah karya untuk dijadikan barang komoditi yang bernilai jual.

Fenomena yang terjadi saat ini pada kebudayaan di Indonesia adalah peleburan budaya lokal yang dikendarai oleh kapitalisme yang berkaitan dengan ekonomi, kekuatan budaya dominan, kekuatan ideologi-ideologi dunia yang tidak terlepas dari pengaruh globalisasi. Terkait dengan fenomena globalisasi, gejala praktik kapitalisme mulai nampak dengan munculnya industri budaya yang mengacu kepada komodifikasi bentuk-bentuk budaya, sebagai industri hiburan (Basyri, 2014, hlm.36) .

Greenwood (1977, hlm.129) menyebutkan bahwa komodifikasi ini memiliki dampak positif dan negatif, di satu sisi para ahli menyatakan bahwa komodifikasi berarti persembahan budaya untuk praktik uang, di sisi lain dapat meningkatkan pendapatan bagi daerah yang dijadikan komoditas. Banyak tradisi kebudayaan dan kesenian yang mengalami komersialisasi seni akibat tuntutan pasar yang berorientasi pada ideologi kapitalisme dimana ikon, tanda, barang serta indeks dijadikan sebagai modal produk sebuah karya untuk dijadikan barang komoditi yang bernilai jual.

Penelitian Barker, Putra, dan Wiranatha (2006, hlm.215-218) yang berjudul *Authenticity And Commodification Of Balinese Dance Performances* menghasilkan bahwa tradisi budaya masyarakat Hindu Bali, tari-tarian memiliki makna yang berlapis dan biasanya dipentaskan di pura tempat sembahyang sebagai persembahan kepada para dewa. Dalam konteks kepariwisataan, pertunjukan tari-tarian merupakan salah satu bentuk hiburan yang kemudian bisa diperjualbelikan kepada para turis. Barker menyoroti tentang dampak yang dibawa oleh pariwisata kepada tari Barong yang populer di kalangan wisatawan. I Made Kredek, seorang penari sekaligus koreografer terkenal dari Desa Singapadu, memperkenalkan versi pendek dari tari Barong yang hanya berdurasi satu jam sehingga lebih cocok untuk disajikan kepada wisatawan. Versi ini juga terdapat bagian ‘kerasukan’ dari para penarinya meskipun hanyalah sebuah simulasi yang terkontrol, berdurasi singkat, dan dengan dialog yang minimal.

Lebih jauh lagi, dalam penelitian Barker, Putra, dan Wiranatha (2006, hlm.215-218) yang berjudul *Authenticity And Commodification Of Balinese Dance Performances* kostum yang digunakan juga sengaja disesuaikan dengan

selera wisatawan. Topeng Barong di beberapa pertunjukan bahkan dibuat mirip dengan topeng kepala singa Barongsai yang biasa ditemui di Asia Timur supaya lebih menarik perhatian wisatawan dari daerah tersebut. Upaya ini memicu polemik di antara masyarakat Bali. Di satu sisi ada beberapa orang yang setuju dan beropini bahwa penciptaan versi 'wisatawan' dari Tari Barong sebenarnya ini adalah sebuah usaha untuk memisahkan tari Barong asli yang sakral dan digunakan untuk upacara ritual. Sedangkan beberapa orang lain tetap tidak setuju dan beranggapan bahwa tarian Barong seharusnya hanya untuk keperluan ritual saja untuk menjaga kesakralannya, bukan untuk disajikan kepada para wisatawan.

Penelitian tentang komodifikasi budaya oleh Kirtsoglou (2004, hlm.136-148) di Garifuna, Punta Gorda yang berjudul *They Are Taking Our Culture Away* menghasilkan bahwa penduduk Garifuna yang masih mempertahankan budaya mereka dan memakai bahasa yang berbeda dari orang Spanyol pada umumnya, menjadi daya tarik wisata tersendiri bagi orang non penduduk Garifuna. Namun pada proses Garifuna yang dijadikan tempat wisata, orang Garifuna merasa budaya mereka dirampas karena apa yang ditawarkan untuk konsumsi turis saat ini adalah gambaran tak bernyawa tentang sebuah budaya karena mereka tidak mampu mengontrol bentuk komodifikasi. Seperti dalam tarian " *punta*", orang Garifuna merasa bahwa mereka menari untuk turis. Ritme punta adalah bagian dari tradisi musik yang dibanggakan orang Garifuna. Namun penduduk Garifuna di Punta Gorda tidak menari punta untuk kesenangan mereka, melainkan untuk kesenangan turis. Apapun keuntungan yang datang darinya, menurut persepsi kepemilikan budaya mereka harus dinikmati terutama oleh mereka sendiri . Untuk alasan inilah maka beberapa individu berargumen bahwa budaya Garifuna tidak seharusnya dijual.

Komodifikasi budaya di Garifuna terjadi melalui pariwisata, dapat dilihat dari kehidupan masyarakat sebelum menjadi daerah wisata, tetapi kini telah menjadi domain hubungan ekonomi yang diatur oleh kriteria pertukaran pasar. Budaya lokal umumnya berfungsi sebagai contoh utama dari komodifikasi tersebut. Secara khusus, ragam kostum, adat istiadat setempat, ritual, masyarakat, dan kesenian menjadi layanan wisata atau komoditas, karena hal tersebut

dilakukan atau diproduksi untuk konsumsi wisata. Komodifikasi diduga menghancurkan produk budaya lokal dan hubungan manusia, sebagai produk budaya kehilangan makna untuk penduduk setempat, dan kebutuhan untuk menyajikan wisata dengan atraksi yang lebih spektakuler. Budaya lokal dapat dikomodifikasi oleh siapa saja tanpa disetujui oleh penduduk lokal, diambil alih sehingga orang-orang lokal dapat dieksploitasi (Greenwood, 1977, hlm.129-133). Proscel(2012, hlm.8) menyebutkan bahwa setiap aspek budaya, apakah itu melibatkan barang berwujud seperti pakaian atau faktor tidak berwujud seperti tradisi dan adat istiadat, saat ini berubah menjadi komoditas.

Berbeda dengan penduduk Garifuna di Punta Gorda, penelitian yang dilakukan oleh Chang dan Huang(2014, hlm.91-92) dengan judul *A Study of Indigenous Tourism Development- Case by Tamalung Tribe in Taiwan*, pada kasus penduduk Tamalug di Taiwan ini mereka merasa dengan adanya komodifikasi budaya yang berlanjut pada pengembangan pariwisata adat, tidak menyebabkan mereka kehilangan budaya mereka. Dengan dijadikannya Tamalug sebagai objek wisata, mereka justru fokus untuk mengembangkan infrastruktur yang nyaman supaya wisatawan memiliki wisata budaya yang nyaman. Pengembangan pariwisata Tamalug tidak berdampak negatif pada budaya asli, tapi benar dilindungi dan dipelihara melalui menjaga pelestarian budaya yang melekat dengan memperkenalkan kebudayaan mereka kepada wisatawan.

Penelitian Irianto(2016,hlm.233) yang berjudul *Komodifikasi Budaya Di Era Ekonomi Global Terhadap Kearifan Lokal*, menyebutkan bahwa salah satu bentuk benda budaya yang dikomodifikasi di era globalisasi adalah kesenian tradisional. Kesenian tradisional yang semula sebagai subjek pengetahuan, kebijakan, dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya, berkat adanya industri pariwisata kemudian berubah menjadi objek berupa benda yang harus diperjualbelikan melalui proses produksi budaya. Proses produksi untuk menghasilkan produk industri pariwisata, membutuhkan strategi yang mampu menciptakan standar mutu kesenian tradisional, baik menyangkut rekomposisi, rekonstruksi, rekoreografi, dan revitalisasi yang sejalan dengan tuntutan industri pariwisata. Strategi pengembangan tersebut diharapkan tetap melindungi hakikat

kesenian tradisional sebagai identitas kultural dan kearifan lokal masyarakat pendukungnya. Keberadaan kesenian tradisional sebagai identitas kultural dapat terlindungi dari tuntutan komodifikasi budaya, sepanjang dikembangkan suatu konsep yang mampu mensinergikan antara persepsi dan respons masyarakat pendukung dengan tuntutan industri pariwisata tanpa harus memarginalkan kearifan lokal.

Kampung Naga menjadi subjek dalam penelitian yang dilakukan oleh penulis. Penelitian yang dilakukan oleh Mudzakkir (2011, hlm. 168) Kampung Naga adalah sebuah dusun di Kabupaten Tasikmalaya, Jawa Barat. Cara hidup penduduknya dalam beberapa hal terlihat unik dan berbeda dengan penduduk di sekitarnya. Kampung Naga dipandang sebagai komunitas adat, sehingga menarik perhatian para wisatawan, pelajar, mahasiswa, dan peneliti. Kampung Naga yang masih memegang teguh adat istiadat dan tradisi leluhur di zaman modern ini menjadi daya tarik masyarakat luar untuk mengetahui bagaimana kehidupan atau tradisi apa saja yang ada di masyarakat setempat. Pemilihan Kampung Naga sebagai subjek penelitian karena saat ini kawasan Kampung Naga sedang mengalami perkembangan, dan kawasan budaya Kampung Naga (wisata khas budaya Kampung Adat Naga) ditetapkan sebagai kawasan pariwisata berdasarkan Peraturan Daerah Nomor 2 Tahun 2005 tentang Rencana Tata Ruang Wilayah Kabupaten Tasikmalaya menjadikan kawasan ini sebagai salah satu andalan kepariwisataan daerah Kabupaten Tasikmalaya (Mudzakkir, 2011, hlm. 176).

Chang dan Liao (2009, hlm.87) mengatakan bahwa suku khususnya masyarakat adat yang kaya dengan karakteristik etnis dari sumber daya budaya, terutama beberapa suku terpencil telah mempertahankan banyak bangunan tradisional, sistem sosial, kerajinan, dan ritual, yang untuk orang yang hidup di kota merupakan pembentukan daya tarik yang kuat. Pada era globalisasi saat ini ditandai dengan perkembangan teknologi komunikasi yang menyebabkan berubahnya pola pikir masyarakat menjadi lebih terbuka dalam mengolah kebudayaannya. Kampung Naga yang semula tidak terbuka untuk umum, saat ini dibuka bebas untuk masyarakat luas. Pengelola Kampung Naga memanfaatkan adat istiadat yang berbeda dari masyarakat modern pada umumnya dengan adanya

biaya untuk lahan parkir, banyaknya toko *souvenir*, serta menyediakan jasa pemandu untuk pengunjung atau peneliti dengan biaya sukarela. Hal tersebut menarik untuk dikaji dengan perspektif kajian budaya. Dalam hal ini, sebuah industri budaya telah memproduksi berbagai bentuk kebudayaan yang seolah-olah telah menjadi kebutuhan massa dan menjadi faktor penentu dalam proses produksinya, sehingga sebuah budaya yang sebelumnya dipenuhi dengan nilai-nilai tinggi, otentik (*authenticity*), dan kebenaran (*truth*), oleh industri budaya diproduksi secara massal menjadi komoditas yang penuh dengan perhitungan laba (*profit*) (Basri, 2014, hlm.3).

Sebagai satu bidang yang kompleks, industri pariwisata tidak dapat dipandang hanya dari satu sisi positifnya, yaitu seperti mengharapkan datangnya perolehan pendapatan, tetapi sisi negatifnya juga harus diperhitungkan. Namun yang biasanya tidak langsung disadari oleh masyarakat adalah bekerjanya berbagai kepentingan di balik industri kepariwisataan baik politik maupun ekonomi. Terlebih lagi industri pariwisata yang bergulir sekarang ini pada dasarnya berkaitan dengan keterlibatan dan bertemunya berbagai kepentingan politik ekonomi banyak pihak. Oleh karena itu, pembahasan kepariwisataan tidak dapat dipahami dari *onesided* tetapi multidimensional dan multidisiplin (Widyastuti, 2011, hlm. 197-198). Dalam penelitian Ilmu Komunikasi, menurut pandangan Habermas tidak ada aspek kehidupan yang bebas dari kepentingan, sehingga dapat dikaji dari perspektif penerimaan masyarakat atau *reception audience*.

Realitas dalam teori komunikasi, tidak dimaknai sebagai sesuatu yang apa adanya dan terpisah dari konstruksi sejarah, sosial, ekonomi, politik dan budaya. Realitas selalu terbangun dari hasil kontradiksi-kontradiksi yang terbentuk dalam masyarakat. Sebuah fakta atau realitas tidaklah stagnan dan berhenti, melainkan selalu bergerak, berubah dan berkembang. Artinya, peran ideologi menjadi dominan. Ideologi mendistorsikan realitas yang sebenarnya guna memuluskan kepentingan dari kelas yang berkuasa (*the rulling class*). Ideologi menjadi pemalsuan dan serentak menjadi distorsi dari realitas sosial yang sesungguhnya terjadi dalam masyarakat sehingga kelas yang dikuasai dapat dikelabui begitu saja

(Littlejohn, 2001). Struktur sosial yang menekan sebenarnya bersifat nyata, tetapi mereka mungkin tersembunyi dari kesadaran kebanyakan orang.

Penelitian terkait penerimaan masyarakat adat terhadap komodifikasi budaya masih jarang dilakukan terlebih lagi dalam lingkungan kampus Universitas Pendidikan Indonesia sendiri. Berdasarkan beberapa asumsi diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “PENERIMAAN MASYARAKAT ADAT TERHADAP KOMODIFIKASI BUDAYA (Studi Kasus pada Masyarakat Adat Kampung Naga di Kabupaten Tasikmalaya”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah di atas, maka penulis mengajukan rumusan masalah pokok penelitian yaitu:

1. Apa saja unsur-unsur pembentuk budaya adat masyarakat Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya selama ini?
2. Bagaimana komodifikasi budaya adat yang terjadi di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya?
3. Bagaimana model penerimaan komunikasi masyarakat adat Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya terhadap komodifikasi budaya?

1.3. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mendeskripsikan unsur-unsur pembentuk budaya adat Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya.
2. Mendeskripsikan komodifikasi budaya adat yang terjadi di Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya.
3. Mendeskripsikan penerimaan komunikasi masyarakat adat Kampung Naga Kabupaten Tasikmalaya terhadap komodifikasi budaya.

1.4. Manfaat/Signifikansi Penelitian

Memberikan penjelasan dan pemahaman tentang penerimaan masyarakat adat Kampung Naga terhadap komodifikasi budaya.

1. Manfaat Segi Teori

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, manfaat dan masukan bagi ilmu komunikasi terutama dalam aspek kajian budaya (*cultural studies*) terkait penerimaan khalayak dalam teori Komunikasi. Penelitian ini juga dapat menjadi bahan perbandingan antara teori yang penulis peroleh dari literatur maupun perkuliahan dengan aplikasinya pada lembaga tempat penulis melakukan penelitian.

2. Manfaat Segi Kebijakan

Diharapkan menambah referensi penelitian yang dilakukan tentang kajian budaya terkait penerimaan khalayak terhadap komodifikasi budaya, mengingat penelitian mengenai penelitian ini masih jarang dilakukan.

3. Manfaat Segi Praktis

- a. Manfaat penelitian ini secara praktis diharapkan dapat memberikan masukan positif bagi pengelola Kampung Naga untuk melakukan komodifikasi budaya di Kampung Naga untuk kebutuhan pelayanan wisata dengan meminimalisir dampak negatif komodifikasi budaya bagi masyarakat adat Kampung Naga.

- b. Manfaat bagi praktisi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan aspek praktis kepada penulis sehubungan dengan teori yang dipelajari selama perkuliahan berlangsung.
- c. Bagi akademisi, diharapkan dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya mengenai kajian budaya (*cultural studies*) khususnya terkait penerimaan khalayak ataupun hal lain yang terkait dengan penelitian ini.

4. Manfaat Segi Isu Serta Aksi Sosial

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi masyarakat adat Kampung Naga dalam menghadapi komodifikasi budaya. Melalui konsep penelitian penerimaan khalayak ini diharapkan komodifikasi budaya adat yang terjadi tidak menghancurkan kebudayaan tradisional Kampung Naga.

1.5. Struktur Organisasi Skripsi

Bab I Pendahuluan

Bab ini merupakan bagian awal dari penulisan skripsi yang terdiri dari berbagai sub bab, yaitu: Latar Belakang Penelitian yang membahas mengenai mengapa masalah yang diteliti itu timbul dan apa yang menjadi alasan peneliti mengangkat masalah tersebut. Rumusan Masalah yang membahas mengenai fokus penelitian dan membatasi permasalahan. Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Struktur Organisasi Skripsi.

Bab II Kajian Pustaka

Bab ini berisikan dari rujukan-rujukan teori yang relevan dengan permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini. Dalam bab ini juga diuraikan penelitian terdahulu yang sesuai dengan topik penelitian.

Bab III Metode Penelitian

Bagian ini merupakan bagian yang bersifat prosedural, yakni bagian yang mengarahkan peneliti merancang alur penelitiannya dari mulai dalam

menyediakan pendekatan penelitian yang diterapkan, instrumen yang digunakan, tahapan pengumpulan data, hingga langkah-langkah analisis data yang dijalankan.

Bab IV Temuan dan Pembahasan

Bab ini menyampaikan dua hal utama, yakni temuan penelitian berdasarkan hasil pengolahan dan analisis data dengan berbagai kemungkinan bentuknya sesuai dengan urutan rumusan permasalahan penelitian, dan pembahasan temuan penelitian untuk menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab V Simpulan, Implikasi, dan Rekomendasi

Bab ini berisi simpulan, implikasi, dan rekomendasi, yang menyajikan penafsiran dan pemaknaan peneliti terhadap hasil analisis temuan penelitian sekaligus mengajukan hal-hal penting yang dapat dimanfaatkan dari hasil penelitian.